Ioan MILICĂ

Cuvinte electrice, telegrame eminesciene



I.M. – conf. univ. dr., Departamentul de Românistică, jurnalism, științele comunicării și literatură comparată, Facultatea de Litere, Universitatea „Alexandru Ioan Cuza", Iași. Director al Bibliotecii Centrale Universitare „Mihai Eminescu" din Iași. Autor al volumelor *Expresivitatea argoului* (2009), *Lumi discursive* (2013), *Noțiuni de stilistică* (2014) și coeditor al mai multor lucrări colective. Membru în colectivele științifice și redacționale ale unor reviste, precum „Diacronia" (Iași), „Text și discurs religios" (Iași), „Language and Literature – European Landmarks of Identity" (Pitești), „Argotica" (Craiova) și „Limba Română" (Chișinău).

Imaginat în secolul al XVIII-lea, dar realizat și folosit începând cu secolul următor, telegraful este tehnologia care are ca miez fascinația oamenilor față de misterioasele fenomene ale magnetismului și electricității. Precursorul acestui sistem de comunicare utilizat și în prezent este un mecanism de semnalizare optică denumit *semafor*, iar cuvântul care desemnează tehnologia respectivă a fost pus în circulație pe la 1800, cu înțelesul 'semnalizator' (cf. gr. *sêma* 'semn' și gr. *phorós* 'purtător').

Semaforul era alcătuit dintr-un șir de stâlpi cu brațe mecanice, montați deasupra unor stații dispuse la o distanță de câțiva kilometri una de cealaltă (Winston, 1998, 21). Astfel, semnalele transmise de la o stație la alta puteau parcurge distanțe foarte mari. Pe la 1840, în Franța exista o rețea de peste 4.000 de kilometri cu stații de telegraf vizual, iar în estul Europei, țarul Nicolae I a dispus construirea unui sistem de semaforizare alcătuit din peste 200 de stații fixate la distanțe de aproape opt kilometri una de cealaltă. Aceste rețele de semnalizare erau folosite mai cu seamă în scop militar, astfel că guvernele nu s-au grăbit să încurajeze inițiativele celor interesați să pună bazele unui sistem telegrafic electric. Totuși, un pictor pe nume Samuel Morse,

BDD-A30106 © 2019 Revista „Limba Română"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:41:57 UTC)

profesor la Universitatea din New York, a dezvoltat, între 1835 și 1837, prototipul unui aparat de telegrafie cu un principiu de funcționare pe cât de simplu, pe atât de uimitor. Mașinăria era alcătuită dintr-o baterie galvanică, un întrerupător și un mijloc de a verifica dacă electricitatea trece sau nu prin circuit (Bellanger et al., 1972, 71). Aparatul conceput de Morse mai cuprindea un soi de creion care lăsa o dungă de grafit pe o fâșie mobilă de hârtie atunci când circuitul era decuplat. La fiecare trecere a curentului electric, creionul se mișca și forma un semn asemănător literei V, așa că succesiunea de linii și V-uri putea fi modelată astfel încât diversele combinații să simbolizeze litere și numere (Wenzlhuemer, 2013, 71). Gama de combinații a alcătuit așa-numitul cod Morse, stabilit în funcție de frecvența de întrebuințare a literelor și numerelor. În epocă, au fost propuse mai multe tehnici de codificare, însă Morse a reușit să realizeze primul model operațional de telegraf, cu fonduri alocate de Congresul american.

În 1842, s-a instalat prima linie telegrafică, între Washington și Baltimore. În scurtă vreme, în ciuda inerției și suspiciunilor din anii de început, utilizarea telegrafului a avut un succes remarcabil. După 1843, instalarea sistemului telegrafic s-a realizat atât de rapid încât o treime din rețeaua de 3.600 de kilometri de căi ferate britanice a fost modernizată în doar câțiva ani. Până în 1855 telegraful cuprindea America cu o pânză de 50.000 de kilometri de fire care legau toate localitățile importante de pe Coasta de Est. În 1851 se instala primul cablu care lega Marea Britanie de bătrâna Europă, în 1858 se realizau deja primele experimente de instalare a unui cablu transatlantic, iar în 1866 tehnologia telegrafului unea Lumea Veche cu Lumea Nouă.

În spațiul românesc, telegraful a sosit la scurtă vreme după adoptarea tehnologiei în lumea occidentală. Ca și în prezent, telecomunicațiile de vârf prindeau foarte repede rădăcini într-o regiune în care orașul era văzut de străini aidoma unei bizare insule de civilizație într-o mare a sălbăticiei și ignoranței. În Ardeal, o primă linie telegrafică lega Viena de Timișoara, Sibiu și Cluj și a fost dată în folosință în 1853, iar în anul următor în gara timișoreană se înființa primul oficiu telegrafic. În același timp, în Țara Românească, a fost realizată și legătura telegrafică pe linia București-Giurgiu, iar în spațiul moldovenesc se întindea, peste un an, fir de la Iași la Cernăuți. În 1855 existau cinci stații telegrafice,

BDD-A30106 © 2019 Revista „Limba Română”
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:41:57 UTC)

în 1860 numărul lor creștea la 35, iar în 1870 funcționau 62 de oficii. Până în 1873, rețeaua de fire atinge 6.089 de kilometri, pentru ca la 1913 să fie de patru ori mai întinsă (Axenciuc, 1992, 367).

La mijlocul secolului, telegraful nu constituia numai o tehnologie de ultimă oră, ci și materializarea unei idei care în vremea noastră e atât de întrețesută în rutina comunicativă cotidiană încât nu-i mai acordăm atenție: cuvintele sunt impulsuri electrice care costă bani. Din acest motiv, unii dintre contemporanii noștri consideră că telegraful este internetul veacului al XIX-lea. După cum observă Roland Wenzlhuemer (2013), telegraful electric marchează debutul erei în care informația se dematerializează în ritm accelerat, iar timpul și spațiul, ca dimensiuni ale lumii fizice, tind a se suspenda. De fapt, micșorarea lumii începuse încă din secolul al XVII-lea, dacă nu chiar mai devreme, pe măsură ce navigația maritimă a înregistrat progrese din ce în ce mai vizibile. În prima parte a secolului al XIX-lea acest lent proces de dezvoltare tehnologică a avut ca efect creșterea vitezei de transmitere a informațiilor (Kaukiainen, 2001).

În România anului 1870 prin firele de telegraf au circulat peste 70.000 de telegrame internaționale și mai bine de 430.000 de telegrame interne. Numărul acestora se dubla imediat după 1880, iar în 1890 mesajele telegrafice interne depășeau pragul de un milion de unități (Axenciuc, 1992, 367-368). Stilul telegrafic îi seduce pe orășeni și este primit în regatul literaturii. În cunoscuta schiță a lui I. L. Caragiale, *Telegrame* (1899), comicul este susținut atât prin deturnarea comică a convențiilor comunicării telegrafice, cât și prin devoalarea unor specii de telegrame (telegrama oficială, telegrama de presă) transmise frecvent:

Onor. prim-ministru

București.

Directoru prefecturi locale Raul Grigorașcu insultat grav dumnezeu mami și palme cafine central. Amenințat moarte. Viața onorul nesigure. Rugăm anchetat urgent faptu.

Costăchel Gudurău
avocat, aleg. coleg. I, fost deputat.

BDD-A30106 © 2019 Revista „Limba Română”
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:41:57 UTC)

* * *

Onor. prim-ministru

București.

Repet reclama telegrama No... Petiționat parchetului. Procoror lipsește oraș mănăstire maici chef. Substitut refudat pără vini procoror. Tremur viața me, nu mai putem merge cafine. Facem responsabil guvern.

Costăchel Gudurău.
avocat, aleg. col. I, fost deputat.

* * *

Procuror tribunal X...

Anchetați urgent scandalul Costăchel Gudurău cu directorul prefecturii și raportați imediat.

Ministrul Justiției.

* * *

Ziarului „Aurora Română”

București.

Az pitrecut scenă nostimă piața noastră. Madam Atenaisa P. al cărui nume trecem sub tăcere, care părăsit soțul cetățean onorabil, pentru romanse cu individ infam localitate, întâlnind nefericitul soț, căpătat bună lecție moralitate în public, care aprobat. Această fimee fără inimă neroșind amenințat cu sbiri puteri, deoarece complicele directoru prefecturi.

Corespondent.

Haina literară a schimbului de telegrame nu ne împiedică să observăm că salba de cuvinte electrice reliefează atributele stilistice ale comunicării electrice: mecanizare, esențializare, lapidaritate. În convergență cu viteza transmisiunilor telegrafice, rutina schimbului de mesaje se manifestă prin șabloane acceptate ca efecte ale standardizării comunicative. Standardizarea și serializarea sunt, fără îndoială, rigori ale gân-

BDD-A30106 © 2019 Revista „Limba Română”
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:41:57 UTC)

dirii capitaliste. Cuvântul este o marfă, iar mărfurile au prețuri. Ca și scrisoarea, telegrama costă bani, iar apariția și dezvoltarea telefoniei a întărit și mai mult mercantilizarea comunicării verbale. În imperiul electricității, timpul și spațiul se taxează. În 1897, pentru telegramele interne trimise în România, tariful era de 5 bani/cuvânt și pentru orice telegramă se achita o suprataxă de 25 bani. Dacă cineva dorea să transmită urgent un mesaj, se mai adăugau încă 50 bani, așa că o telegramă rapidă de numai 5 cuvinte ar fi costat, pe atunci, un leu. Pentru telegramele externe, nu se percepeau suprataxe, dar prețul varia în funcție de țara de destinație. O telegramă transmisă în Spania era taxată cu 36,5 bani pe cuvânt, iar un mesaj trimis în Germania sau Italia se plătea cu 24,5 bani/cuvânt (AT, 1897, 34-35). Telegrafia a devenit o afacere profitabilă, iar această explicație simplă justifică rapiditatea cu care lumea a fost împânzită de fire în scurtă vreme.

Pe cât de rezervate s-au dovedit guvernele occidentale în a accepta să finanțeze dezvoltarea telegrafiei, pe atât de receptive s-au dovedit mediile de afaceri. În lumea presei, comunicarea telegrafică s-a bucurat de o creștere fulgerătoare, iar utilizarea telegrafului ca instrument jurnalistic a schimbat dinamica și anvergura competițiilor desfășurate pe piața informației. Secretul acestei mutații este tot de natură tehnică. În ciuda faptului că glorificau rațiunea, știința și spiritul antreprenorial, primele transmisii erau costisitoare, întrucât aparatele telegrafice nu erau performante. Această stare de fapt avea să se schimbe cu repeziciune. Introdus în 1860, aparatul telegrafic Hugues, folosit și la noi, putea să transcrie 1.000 cuvinte/oră. În 1874 însă, este dat în folosință aparatul Baudot, care permitea transmiterea unui număr de 6.000 cuvinte/oră. Acest salt mic, dar relevant a avut consecințe evolutive dintre cele mai importante.

Pe de o parte, îmbunătățirea capacității de transmisie de date a coborât, până la bagatelizare, prețul telegramelor, așa cum s-a diminuat, în zilele noastre, valoarea bănească a unui minut de conversație prin intermediul rețelelor de telefonie mobilă. Pe de altă parte, sporirea performanțelor tehnice ale aparaturii a făcut posibilă închirierea de linii telegrafice, iar acest serviciu special de comunicare la distanță s-a potrivit de minune cu interesele presei. După anul 1874, administrația serviciilor poștale și telegrafice din Franța a acceptat să închirieze linii telegrafice cu ora tuturor

BDD-A30106 © 2019 Revista „Limba Română”
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:41:57 UTC)

celor care dispuneau de mijloacele financiare pentru a beneficia de un asemenea serviciu, estimat la 50 franci/oră. În luna iulie a anului 1876, prețul de închiriere s-a redus la jumătate, astfel că, din 1878, se putea trage firul chiar în biroul utilizatorului (Bellanger et. al, 1972, 166), așa cum, mai apoi, aveau să fie instalate telefoanele, cablurile de televiziune și, mai recent, cele de internet. Urmarea acestei îmbunătățiri a fost că știrile despre evenimente precum dezbaterile parlamentare puteau fi transmise către redacții în timp ultrascurt. Mai mult decât atât, dezvoltarea serviciilor telegrafice a constituit un atu pentru o categorie de actori, apărută pe scena mediatică după 1830, și anume agențiile de presă. Până la începutul secolului al XX-lea, marile agenții de presă au căpătat rangul de gestionari ai unei piețe globale a informațiilor.

Ca și începuturile telegrafului, apariția agențiilor de știri își are începuturile în Anglia veacului al XVIII-lea. La acea vreme, ziarele de duminică întâmpinau dificultăți de difuzare, deoarece poșta nu lucra. Pentru a contracara acest neajuns, în Londra au apărut servicii de curierat la care erau angajați mai cu seamă copii. Aceștia purtau șepci cu numele gazetei și făceau în gura mare reclamă publicației pe care o difuzau (Smith, 1979, 128). Vânzarea ziarelor cu bucata avea să devină o practică obișnuită în secolul al XIX-lea.

În 1832, pe când Ion Heliade Rădulescu trăgea în teascuri de mână paginile „Curierului românesc", la Paris lua ființă agenția fondată de Louis-Charles Havas, întreprinzătorul care a avut ideea de a transmite știri printr-un serviciu de curierat cu porumbei voiajori. Până la mijlocului veacului s-au născut și celelalte agenții importante. În Germania, Julius Reuter organizează „științific" distribuția știrilor și în 1851 deschide biroul de la Londra, iar un alt om de presă, Bernhard Wolff, directorul companiei care deținea și edita ziarul „National Zeitung", fondează Wollfs Telegraphisches Bureau (WTB). Dacă mai adăugăm că șase ziare new-yorkeze s-au coalizat în 1848 și au format agenția Associated Press (AP), tabloul celor patru mari jucători de pe piața informației din a doua parte a secolului al XIX-lea este întregit (Smith, 1979, 127, 139).

Ar fi greșit să credem că agențiile de presă furnizau știri doar pentru ziare. Printre clienții acestui nou soi de negoț se numărau atât guverne, cât și persoane particulare care înțelegeau că informația înseamnă bani, întâietate, putere. Grație vechimii și prestigiului dobândit, agenția

BDD-A30106 © 2019 Revista „Limba Română"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:41:57 UTC)

Havas a profitat de lăcomia de noutăți a diverșilor actori din epocă și și-a extins rețeaua telegrafică, furnizând noi și noi servicii, concepute pe gustul clienților. Politica de monopol a fost întreținută prin trei fluxuri de știri, gândite să acopere principalele orientări politice ale ziarelor. Astfel, dacă primul flux cuprindea informațiile destinate presei republicane, cel de-al doilea servea interesele editoriale ale unor publicații cu orientare moderată, iar cel de-al treilea se adresa foilor conservatoare, chiar antirepublicane (Bellanger et al., 1972, 168).

O astfel de segmentare a conturat un spectacol la care asistăm și astăzi: același fapt putea fi înfățișat din perspective deosebite, chiar antagonice. Mai mult decât atât, spectaculoasa răsturnare de rol – difuzorii de ziare din veacul al XVIII-lea au devenit, către sfârșitului secolului următor, marii furnizori de știri – a provocat o interesantă transformare de model în țesătura intimă a legăturilor cu realitatea. Considerat din perspectiva omului de presă, un fapt real prezenta interes în măsura în care ar fi constituit un eveniment ce ar fi putut fi vândut ca știre, ceea ce înseamnă că, în pagina de ziar, realitatea era dezvăluită nu ca amestec caleidoscopic de senzații și impresii, ci sub forma organizată a unor relatări desfășurate în conformitate cu anumite tipare compoziționale, iar poveștile mărunte sau mai ample prinse în foaia trasă la mașina tipografică alcătuiau mozaicul semiotic al unei *imago mundi*. În ciuda credinței că presa înfățișează sau trebuie să prezinte realitatea în manieră obiectivă, orice text jurnalistic e articulat retoric ca decupaj care nu aparține nici realității propriu-zise, nici ficțiunii, ci este mai degrabă o interlume, un univers cu legi specifice de alcătuire și funcționare pe care ni le dezvăluie orice manual de jurnalism. Una din dovezile relevante ale existenței acestei interlumi este pusă în evidență de posibilitatea, de altfel explorată și exploatată de agențiile de presă, de a extrage din real doar ceea ce un grup de oameni (reporteri, editori, patroni) consideră a fi relevant pentru alții, considerați, de asemenea, ca grupuri cu interese distincte de informare și cu resurse diferite de asigurare a accesului la anumite tipuri de informație. Fluxul de știri conceput pe potriva preferințelor unui anumit beneficiar dovedește că imperiul știrilor este stăpânit de relativitate.

O agenție de presă din secolul al XIX-lea furniza material pentru o pagină sau o pagină și jumătate de jurnal, de la fapt divers și croni-

BDD-A30106 © 2019 Revista „Limba Română”
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:41:57 UTC)

că, la știre și comentariu. Pentru atragerea cititorilor, ziarele solicitau exclusivități, livrate de agențiile de presă îndeosebi sub forma serviciilor de telegrame speciale. Jurnalele importante sau cele care doreau să fie creditate ca importante dețineau abonamente menite să le creeze cititorilor impresia că primesc noutăți ce nu puteau fi dobândite din alte surse informative. În epocă, exclusivitatea telegrafică este atât de importantă încât întreține o inevitabilă ierarhizare. Ziarele puternice, cu vădite resurse financiare, infrastructură tipografică modernă și acces la cele mai noi informații se situează, simbolic vorbind, deasupra ziarelor care preiau la mâna a doua respectivele informații, selectând din foile care lansează pe piață noutățile, informațiile necesare pentru a închega pachete de știri croite, asemenea veșmintelor, pe măsura intereselor de lectură ale propriilor cititori.

Corespondența lui Ion Heliade Rădulescu dezvăluie natura imitativă a presei românești de început. În 1832, Eliade îi solicită lui Zaharia Carcalechi, tipograful din Budapesta, să-i trimită lucrători „din Țara Nemțească" pentru tipografie, iar cel din urmă dă curs cererii formulate de editorul „Curierului românesc". În luna august a aceluiași an, o scrisoare de mulțumire vestește că tipografii au ajuns la București, iar redactorul ziarului, mulțumit de venirea meșterilor, îi scrie în câteva rânduri și *fratelui Minovici*, cu rugămintea de a-i înlesni nu numai obținerea unor abonamente la *jurnalurile* de trebuință, „atât nemțești, cât și franțozești", ci și cumpărarea de lucruri trebuincioase lucrului tipografic: un teasc de litografie, topuri de hârtie de la Viena, matrițe pentru valuri ș.a. (Ionescu, 1907, 111). Astfel de cumpărături ne permit să deducem că jurnalele străine, de care gazetarii români se servesc și în prezent, erau valorificate în primul rând ca surse documentare pentru conceperea unor știri destinate publicului românesc. Acest colportaj practicat în presa de peste tot sugerează că foarfecele era, alături de condei, instrumentul jurnalistic de căpătâi, iar croitoria de cuvinte stă până astăzi la temelia muncii de gazetar. În presă, tăietura din alte izvoare informative se împletește cu munca de traducător, o muncă mult prea puțin luată în considerare în studiile asupra istoriei presei românești, iar parteneriatul vechi și solid dintre tălmăcire și decupaj reflectă, poate mai pregnant decât relativitatea fluxurilor de știri, cum ia ființă interlumea jurnalistică: „Astea se vorbesc: de prin lume adunate și iarăși la lume date – *relata referrentes* – le dăm și noi oricui o pofti să

BDD-A30106 © 2019 Revista „Limba Română"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:41:57 UTC)

le povestească mai departe, ca să treacă ca căscatul din om în om", scrie, cu umor, Eminescu (O, XIII, 156), preluând o imagine din *Povestea vorbei* de Anton Pann.

În 1879, pe când poetul lucra ca redactor în București, agenția Havas s-a transformat în societate cu un capital de 8,5 milioane de franci, controlat de 36 de acționari, din care opt erau bănci (Bellanger et al., 1972, 168). Pe măsură ce banii se revărsau în buzunarele investitorilor, știrile pentru sudul Europei umblau fulgerător prin firele de telegraf în ritmul dictat de ecluzele informative ale birourilor fondate de magnatul Louis-Charles Havas. „Aștept telegramele Havas, ca să scriu iar, să scriu de meserie, scrie-mi-ar numele pe mormânt și n-aș mai fi ajuns să trăiesc!", își blestema Eminescu soarta de gazetar, într-o scrisoare trimisă Veronicăi Micle la 28 decembrie 1879 (O, XVI, 195).

Prin apariția și dezvoltarea agențiilor de presă, lumea avea să prindă contururi noi, dictate de sferele de acoperire și de influență ale celor patru gestionari ai informațiilor globale, Havas, Reuters, WTB și AP. Pânza firelor de telegraf întinse în aproape toate colțurile pământului prefigura actuala *world wide web* (Osterhammel, 2014, 37) și oglindea intrarea în era telecomunicațiilor cu rezonanță globală. În epocă, expansiunea agențiilor de știri este ecoul alianțelor și ciocnirilor dintre marile puteri. Harta jurnalistică a lumii are, după 1870, doar patru culori mai întinse. Agenția lui Julius Reuter acoperă vastele teritorii coloniale ale Imperiului Britanic, WTB își dezvoltă serviciile în spațiul germanic din centrul și nordul Europei și în imperiul țarist, birourile Havas deservesc zonele francofone, Europa de Sud, Orientul Mijlociu și America de Sud, în timp ce continentul nord-american este legat cu firele telegrafice ale AP. Sute de corespondenți alimentează zilnic șuvoiul de cuvinte electrice. De altfel, corespondentul de presă devine, ca și reporterul de război, o figură celebră a vieții publice. Textele ziariștilor britanici care scriu știri și relatări din teatrele de conflict armat sunt preluate de zeci, dacă nu sute de publicații și sunt traduse în zeci de limbi. De pildă, ziaristul londonez Archibald Forbes a creat senzație prin relatările asupra războiul franco-prusac din 1871, iar Henry de Blowitz, șeful corespondenților parizieni ai jurnalului „The Times", s-a acoperit de faimă după ce a dezvăluit prevederile Tratatului de la Berlin, semnat în 1878 între marile puteri, după încheierea răz-

BDD-A30106 © 2019 Revista „Limba Română"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:41:57 UTC)

boiului pe care românii îl cunosc din cărțile de istorie drept Războiul de Independență. Se zice că H. de Blowitz ar fi consultat documentul chiar sub nasul diplomaților și l-ar fi făcut public înainte ca cerneala tratatului să se usuce bine (Smith, 1979, 123). Cine urmărește cum se creează geografia jurnalistică constată, prin simpla lectură a ziarelor vremii, că, în telegramele de presă, epicentrul unui eveniment nu e acolo unde acesta se produce de fapt, ci în locul în care se află biroul telegrafic din care transmite corespondentul. Relevant este și amănuntul că în ziarele moderne ale acelui timp, știrile externe, adică marfa cea mai scumpă, constituie, de regulă, substanța informativă a primei pagini. Luxul de a vinde prima pagină doar cu evenimente interne îl au doar marile cotidiene internaționale, care, prin tiraj și resurse, dețin partea leului și impun pe agenda informării publice subiectele preluate de alte publicații.

Cuvântul *telegrame* reprezintă un laitmotiv al publicisticii eminesciene, mai cu seamă în perioada în care poetul lucrează ca jurnalist în Iași. Din 1872, „Curierul de Iași" devenise proprietatea unei asociații junimiste, iar publicația – o foaie administrativă a Curții de Apel – apărea de trei ori pe săptămână. Ca redactor, Eminescu primește însărcinarea să se ocupe de partea neoficială a jurnalului, alcătuită dintr-un caleidoscop de știri interne și externe, relatări și cronici cărora li se adăuga, din vreme în vreme, câte un foileton. Resursele informative erau, fără îndoială, limitate și constau în abonamente la jurnale românești și străine. După o lună de la intrarea în redacție, într-o știre privind starea ostilităților din Balcani, frustrarea de a nu dispune de avantajele strategice ale informării prin știri telegrafice răzbate în incipitul unui text publicat la 20 iunie 1876:

„Lipsa unui biurou telegrafic de corespondență și greutatea cu care ziarele noastre își procură noutățile din străinătate ne face ca mai întotdeauna să înregistrăm știri publicate cu două, trei zile înainte în jurnalistica vieneză. Într-adevăr românii învecinați cu Serbia, având comunicație telegrafică cu această țară, primesc totuși știrile ce o privesc din Pesta și din Viena. Ce se va fi întâmplând în momentul de față în Serbia ni este deci necunoscut și, crainici întârziați ai mișcărilor din Orient, jurnalele românești trebuie să se mulțămească cu știri relativ vechi și răsuflate de trei, patru zile" (O, IX, 130).

BDD-A30106 © 2019 Revista „Limba Română"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:41:57 UTC)

În aceste câteva rânduri, este surprinsă, exact și plastic, fragilitatea presei de provincie în raport cu standardul tehnic al presei mai înaintate a vremii. Pentru a compensa absența *biuroului* telegrafic, gazetarul concepe o „telegrafie" proprie, confruntând informațiile publicate în ziarele străine cu știrile tipărite în ziarele românești la care el avea acces. Acest util exercițiu comparativ îl îndrumă să creeze o rubrică ocazională intitulată „De pe câmpul de luptă", denumită astfel după modelul rubricii *Telegramme vom Kriegschauplatze* din jurnalul „Neue Freie Presse", gazetă de care Eminescu s-a slujit frecvent pentru a întocmi cronicile de politică externă publicate în perioada ieșeană (O, IX, 649). La acea vreme, cotidianul vienez valorificat ca sursă informativă de poet era unul din cele mai prestigioase ziare austriece. Fondată în 1864, prin desprinderea unui grup de redactori din puternica echipă editorială a elegantului cotidian „Die Presse", publicația și-a mărit constant numărul de pagini, trecând, în șapte ani, de la 12 la 18 pagini, iar după 1880, până la 30 de pagini (Paupié, 1960, 144). Edițiile duminicale ale ziarului au atins chiar și 80 de pagini, iar calitatea jurnalismului practicat în capitala Austriei a făcut ca Viena să devină, în opinia unor istorici ai presei, cel mai important centru jurnalistic european, indiferent de tipul de ziar luat ca reper, de la presa populară și informativă la cea culturală sau satirică. În a doua jumătate a secolului al XIX-lea, orașul în care avea să se nască psihanaliza îi atrăgea ca un magnet pe cei mai talentați ziariști de limbă germană (Smith, 1979, 118). Între 1864 și 1901, cotidianul creat de Max Friedländers și Michael Etienne crește în tiraj, de la 10.000 de exemplare la 55.000 de exemplare. Tipărit cu două mașini rotative cumpărate de la Paris, ziarul vienez și-a câștigat cititorii prin condeiul lui Moritz Benedikt, unul din cei mai importanți publiciști austrieci ai timpului, și a impus un conținut în care era încurajată, după modelul jurnalului german *Kölnische Zeitung*, publicarea în foileton a unor romane și scrieri de călătorie nemțești, deosebindu-se, prin această măsură editorială, de rivalii de la „Die Presse", care publicau mai cu seamă traduceri (Paupié, 1960, 145).

Se știe că Eminescu a urmat o politică editorială asemănătoare în vremea în care a lucrat ca jurnalist și e relevant să adăugăm că modelele de vârf ale presei vieneze au influențat concepția poetului despre formatul, conținutul și stilul unui ziar de calitate, însă contrastul dintre jurnalismul de vârf la care se raportează redactorul „Curierului de Iași"

BDD-A30106 © 2019 Revista „Limba Română"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:41:57 UTC)

și precaritatea resurselor de care el dispune la foaia de provincie la care scrie nu poate fi trecut cu vederea. În ciuda lipsei de mijloace mai bune de informare, confruntarea știrilor și telegramelor publicate în ziarele românești și străine îl conduce pe gazetar la ideea că depeșele care circulă prin sârmele de telegraf nu conțin întotdeauna informații de încredere, ci par mai degrabă să pună în lumină un spectacol al ciocnirilor între adevăr și fantezie. Bunăoară, în cazul conflictului armat din Balcani, lupta împotriva stăpânirii turcești pare a fi dublată de o luptă între știrile telegrafice venite din punctele fierbinți ale confruntărilor, iar Eminescu, cititor atent, semnalează cu promptitudine tacticile folosite în războiul telegrafic. Astfel, într-o știre publicată la 14 iulie 1876, redactorul îi avertizează pe cititori să fie rezervați în creditarea cuvintelor electrice – „Telegrame multe și contrazicătoare vestesc lupte continue, dar tot la puncte cunoscute: lângă Vidin, la Bielina, la Zaițar, la Babina-Glava. Fiecare din părți susține că a fost victorioasă." (O, IX, 153) – și peste câteva zile scrie, cu o undă de umor, că relatările false sunt produsele unui negoț cu știri care întreține lăcomia de senzațional: „După unele telegrame de origine nesigură bătălia hotărâtoare să se fi început, ba chiar sârbii să fie în plină retragere; dar aceste știri nu sunt confirmate prin telegrame de Constantinopole, prin urmare pot fi fantazii ale *turcilor* din Pesta și Viena" (O, IX, 162). Alteori, după cum putem constata dintr-un material de presă publicat la 2 iulie 1876, jurnalistul indică publicului în ce cheie de lectură ar trebui citite grupajele de știri telegrafice deja sortate în beneficiul abonaților:

„Depeșele de pe câmpul războiului sunt și acuma contrazicătoare, cele de sorginte sârbească înregistrează numai victoriile sârbilor, cele din sorginte turcească numai victorii turcești. După cât vedem însă sârbii se află pretutindene *pe pământul turcesc* (afară de Zajțar), trupele turcești nicăieri pe pământ sârbesc. Din asta nu se pot deduce victorii sârbești, dar cel puțin atâta că amândouă puterile beligerante se freacă întruna, dar își mențin pozițiile. Mai jos vom reproduce cele mai nouă telegrame ale ziarelor din București, iar cititorul le va sorta în trei părți, după cum am însemnat în n-rii trecuți" (O, IX, 139).

Astfel de exemple ne permit să arătăm că atitudinea lui Eminescu față de informațiile cuprinse în depeșele telegrafice este rezervată și are ca miez convingerea că nu tot ceea ce se publică în paginile ziarelor e prins

BDD-A30106 © 2019 Revista „Limba Română"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:41:57 UTC)

în rama adevărului. În interlumea jurnalistică, nu tot ce zboară prin sârmele de telegraf se și înghite pe nemestecate. Deturnarea realității acționează în dauna cititorului, deoarece acesta are tendința de a considera veridice plăsmuirile vândute ca noutăți de presă. Față de această meteahnă de a lansa zvonuri, poetul nu are decât cuvinte de blam. Într-o știre-pamflet inclusă în numărul din 17 octombrie 1876, tânărul redactor al „Curierului de Iași" arată că *fantazia* în telegrame semnalează atât lipsa probității profesionale, cât și faptul că, într-o redacție cu zeci sau sute de corespondenți, verificarea acurateței informațiilor intrate sub tipar e precară și subminează credibilitatea presei:

„«Neue freie Presse», foaia-cadână, care din dragoste pentru turci sufere de superescitare nervoasă, are și prin România câte un „daatsch Bocherl" (*flăcăiandru evreu – n.r.*) care, pe lângă negustoria cu piei de cloșcă, are meseria de a-și înfierbânta creierii cu câte-un păhar de bere și a-și transmite fumurile perciunatului cap drept la Viena pe sârmă, care, după cum se știe, nu roșește. Astfel corespondentul anunță din Iași troiene de omăt, încât după «Neue freie» noi patinăm de-a binele. Dar desigur că floarea acestor *horespiundenți* își are cartierul general sub cerul Pașcanilor (dacă acești indivizi obicinuiesc a avea ceea ce legile noastre numesc domiciliu, o e mare întrebare). Iată ce spune o telegramă din Pașcani: Astăzi a trecut pe aicea 400 de cazaci și cerchezi din Caucaz. Ei poartă iatagane *urieșești* la coapse, iar din buzunarul esterior de la piept fulgeră pistoalele și pumnarele. Cei mai mulți au o arătare foarte războinică. Dar se găsesc printre ei și moșnegi greoi cu barbele albe, cu tipuri adevărat asiatice (patriarhale). Cai și *tunuri* urmează în tren separat" (O, IX, 234).

Micul text gazetăresc reliefează câteva din trăsăturile constitutive ale stilului publicistic eminescian. Subtila referință intertextuală („negustoria cu piei de cloșcă") la infoliul de pilde al vornicului Iordache Golescu, verva ironică, exagerarea vecină cu ridicolul sau jocul de cuvinte devoalează inventivitatea imagistică angajată în persiflare și semnalează că miza acestei acumulări de mijloace expresive este triplă: demontarea discursului advers, prin izolarea și îngroșarea unor slăbiciuni de concepție și de compoziție textuală, creditarea propriului discurs ca discurs superior altor „voci" și dezvoltarea unei regii imagistice menite să consolideze adeziunea cititorului față de punctul de vedere ex-

BDD-A30106 © 2019 Revista „Limba Română"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:41:57 UTC)

primat. Ritualurile retorice ale articolelor eminesciene au ca resorturi persuasive amplificarea și acumularea.

Lucrul cu știrile telegrafice este semnalat din ce în ce mai rar în publicistica din perioada bucureșteană. Această schimbare de rutină arată, pe de o parte, că, în redacția „Timpului", Eminescu avea acces la fluxul de depeșe transmise de agențiile de știri, și, pe de altă parte, că deprinderea de a cerceta știrile telegrafice și de a le confrunta cu alte materiale de presă era deja privită ca operațiune de „bucătărie", care nu mai merita exploatată pentru a stârni interesul cititorilor. În rare ocazii, poetul revine la tehnica de a construi articole în jurul unor telegrame, iar acest lucru se întâmplă doar atunci când știrile venite prin *sârmă* ies din firescul stilului telegrafic sau anunță evenimente excepționale ca importanță. De exemplu, articolul intitulat *O curiozitate*, publicat în „Timpul", la 5 noiembrie 1878, are ca ax compozițional o telegramă agramată și hazlie primită din partea unor cititori vasluieni. Prin aglomerarea de contondențe lexicale și de rătăciri gramaticale, depeșa captează interesul poetului și îi deșteaptă instinctul de comedie bufă. Redactorul sancționează greșelile de exprimare și nepotrivirile stilistice prin apel la o rețetă junimistă valorificată și în alte texte de un comic savuros, precum *Flori stilistice din ziarele românești* („Curierul de Iași", 28 mai 1876; O, IX; 117-119) sau *Potcoave ortografice* („Curierul de Iași", 2 iunie 1876; O, IX, 122):

„Primim din Vaslui următoarea foarte minunată telegramă:

Ziarului «Timpul».

Niște indivizi; unii paraponisiți, alții fără greutate socială, a *atribuit* d-lui prefect Holban *niște infame calomnii.* Subsemnații cetățeni indignați *dezmințim că faptul atribuit* d-lui Holban prin ziarele «Steaua României» și «Timpul» *sunt pure invențiuni* demne numai de calomniatori, lucru constatat de însuși procurorul.

Rugăm pe înaltul guvern și pe oamenii de onoare a nu mai da crezământ *acestor* infami calomniatori: Iorgu Papafil; Iancu, advocat; Ion, proprietar; Pavel Gorgas; Ion Racoviță, proprietar mare; Gh. Mironescu, advocat; Inginer Vincler; Mirea N. Florescu; C. Florescu; Părcălabul D. Fruiu; Vasile Pamfil; D. Vasiliu; G. Pușcașul; Ilie Maglianu; I. Botez; G. Bălănescu; V. Bușilă; G. Chrisoscoleu; M. Radovici; D. Selveanu; Ion G. Popescu; N. A. Bercan și Ion Gheorghiu.

BDD-A30106 © 2019 Revista „Limba Română"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:41:57 UTC)

Lucrul pare cam încurcat; dar putem să ne deslușim pe calea analizei gramaticale despre cele ce zice minunata telegramă.

Prin urmare:

Acești infami calomniatori: iscăliții roagă chiar ei *pe înaltul guvern și pe oamenii de onoare să nu le mai dea crezământ*. Dânșii spun în capul telegramei, că *s-a atribuit niște calomnii d-lui Holban de către niște indivizi, unii paraponisiți, alții fără greutate socială*. Noi știam că d-lui Holban i s-a atribuit cu totul altă vină decât vina calomniei.

Apoi, dânșii *dezmint că faptul atribuit prefectului sunt* (adică *este) pure invențiuni* și zic că dezmințirea lor este întărită și *prin constatarea procurorului*.

P.S. Între iscălituri se află și numele directorului școalei din Vaslui, dl Chrisoscoleu, profesor de gramatica românească. Bănuim că, fiind cărturar distins al democrației vasluiene, dumnealui trebuie să fi așternut pe hârtie această hazlie telegramă. Notăm cu bucurie că stilul democratic face progrese la Vaslui. Democrații vasluieni s-au hotărât, se vede, a se ține la înălțimea diapazonului stilistic al fraților întru Constituție din Capitală. Începutul, după cum văzurăm din telegrama de mai sus, merită laude și încurajare și de aceea ne-am hotărât a insera producția democraților vasluieni chiar pe a treia pagină. Înainte dar, democrații vasluieni! Dați-i zor cu stilul! Deviza vă este mare: condeiele democratice nu admit nicio pudoare, și mai ales pe cea gramaticală!" (O, X, 146-147).

Cu două decenii înainte de nașterea *Telegramelor* lui I. L. Caragiale, limbajul ziarelor și mesajelor telegrafice i-a permis lui Eminescu să surprindă un instantaneu al unui univers care avea să constituie o resursă inepuizabilă de umor pentru condeierii subversivi ai presei satirice și care, mai apoi, avea să se bucure de mare succes în teatrul și filmul românesc.

Circulația telegramelor nu dezvăluie doar jocurile politice și culisele diplomației, luminile și umbrele exprimării jurnalistice sau ingenuitatea cititorilor, ci evidențiază – foarte rar – și stările de spirit ale redactorului care află noutăți extraordinare. În martie 1880, când se răspândește ca fulgerul vestea că Otto von Bismarck, faimosul om de

BDD-A30106 © 2019 Revista „Limba Română"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:41:57 UTC)

stat german, ar fi renunțat la putere, fapt ce avea să se împlinească câțiva ani mai târziu, știrea publicată în cotidianul „Timpul" poartă amprenta unei reale surprinderi:

„E atât de uimitoare știrea despre demisiunea întemeietorului Imperiului germanic, e atât de mare omul și evenimentele legate de numele său, încât citim de două și trei ori cu atenție telegramele sosite din Berlin și din Londra pentru a ne încredința daca într-adevăr așa este, daca într-adevăr principele de Bismarck este acela care, pentru o majoritate de două voturi într-o cestiune de minimă importanță, depune din mâinile sale conducerea unui popor de aproape cincizeci de milioane, a unui popor care și-a făurit soarta prin războaie de un succes arareori pomenit în istorie și care încearcă a câștiga o necontestată supremație în conducerea afacerilor globului nostru" (O, XI, 98).

Interpretată ca limită a puterii de a pune în cuvinte istoria măruntă a fiecărei zile, telegrama are, pe teren publicistic, un statut ambiguu, în sensul că ea menține vie curgerea de informație în rețelele de ziare, dar, totodată, ea este un produs mediatic fragil, care poate fi cu ușurință contrafăcut sau aservit unui spectru larg de interese destabilizatoare. Atunci când contemplă perisabilitatea mănunchiurilor de cuvinte electrice sau efemeritatea noianului de litere care formează țesătura articolelor de presă, poetul notează că o „literatură întreagă de articole, notițe și telegrame roiește prin jurnale" (O, XI, 83), iar această imagine fulgurantă a roiului textual semnalează cât de scurtă și de nestatornică e viața cuvintelor prinse ca fluturii în plasa unei pagini de ziar.

Bibliografie

1. AT 1897: Filip, G. (editor), *Almanah Tipografic*, anul I, 1897, București, Tipografia L'indepéndance Roumaine.
2. Axenciuc, Victor, 1992, *Evoluția economică a României. Cercetări statistico-istorice, 1859-1947*, vol. I, *Industria*, București, Editura Academiei Române.
3. Bellanger, Claude, Godechot, Jaques, Guiral, Pierre, Terrou, Fernand, 1972, *Histoire générale de la presse francaise*, tome III: *de 1871 à 1940*, Paris, Presses Universitaires de France.
4. O: Eminescu, Mihai, *Opere*, vol. IX-XVII, București, Editura Academiei Române, 1980-2008.
5. Ionescu, George, 1907, *Spicuiri din trecutul tipografiei cu privire mai ales la tipografiile românești din diferitele*

BDD-A30106 © 2019 Revista „Limba Română"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:41:57 UTC)

epoce publicate de Societatea „Solidaritatea" a lucrătorilor tipografi, București, Imprimeria Statului.
6. Kaukiainen, Yrjö, 2001, *Shrinking the World: Improvements in the speed of information transmission, c. 1820-1870*, în „European Review of Economic History", 5, p. 1-28.
7. Osterhammel, Jürgen, 2014, *The Transformation of the World: a Global History of the Nineteenth Century*, Princeton University Press.
8. Paupié, Kurt, 1960, *Handbuch der* Österreichischen *Pressegeschichte, 1848-1959*, Band I: *Wien*, Wilhelm Branmüller, Wien, Universitäts-Verlagsbuchhandlung.
9. Smith, Anthony, 1979, *The Newspaper. An International History*, Thames and Hudson.
10. Wenzlhuemer, Roland, 2013, *Connecting the Nineteenth-Century World. The Telegraph and Globalization*, Cambridge, Cambridge University Press.
11. Winston, Brian, 1998, *Media Technology and Society. A History: from the Telegraph to the Internet*, London, New York, Routledge.

BDD-A30106 © 2019 Revista „Limba Română"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:41:57 UTC)